

특급호텔 조리사의 푸드 스타일링 인지 및 만족도에 관한 연구

김병희¹⁾ · 신미혜²⁾ · 강근옥[¶]

롯데호텔¹⁾ · 을지대학교 식품과학부²⁾ · 국립한경대학교 영양조리학과[¶]

A Study on the Recognition and Satisfaction of Food Styling for Cooks in a Deluxe Hotel

Byung-Hee Kim¹⁾ · Mee-Hye Shin²⁾ · Kun-Og Kang[¶]

Lotte Hotel¹⁾, School of Food Sciences, Eulji University²⁾,
Department of Nutrition and Culinary Science, Hankyong National University[¶]

Abstract

This study surveyed the recognition and satisfaction of food styling for cooks in a deluxe hotel. The most important item for cooks while cooking was 'taste' (57.7%) followed by 'sanitation' (25.9%). For food styling education in hotels, only 35.5% of the hotels surveyed had their own education program, and the media was the main source of food styling information (54.9%). Also, chefs studied food styling (49.6% of respondents) by themselves, for 'personal development' (73.8%). Average scale of recognition of food trends was $3.35 \pm .83$, and that of the principles of food styling was $3.41 \pm .84$. There were the significant differences in terms of the recognition of food styling in the age groups, cooking experience, and the positions. Moreover, cooks' overall satisfaction with food styling was found low with the average of $2.90 \pm .89$. For the satisfaction with food styling based on the general characteristics, there was a significant difference in 'positions' ($p < 0.1$) and 'education' ($p < 0.1$), which suggested that the higher positions and education, the greater satisfaction with food styling.

Key words: hotel, cooks, food styling, education, recognition, satisfaction

I. 서 론

오늘날 식생활에서 소비자들의 다양한 기호와 독특한 개성은 새로운 식문화를 만들어 가는 동력이 되고 있다. 더 나아가 음식은 단순히 먹는 것이 아니라 커뮤니케이션의 수단이 될 정도로 문화를 창조하고 선도하는 역할을 수행하게 되었다(Kang BK · Han JW 2004).

다양한 식문화 발달 경향 중에서 특히 소비자들의 기호는 음식의 시각적인 면의 중요성을 높

였는데 사람의 오감 중에서 음식의 맛을 결정짓는 요소는 후각이 3%, 미각이 1%를 차지하는 반면 시각적 요소는 전체의 약 87%를 차지하고 있어 음식의 맛을 결정하는데 가장 중요한 요소라고 볼 수 있다. 시각적 요소의 이러한 역할과 함께 식문화 전반에 대한 관심이 높아지고 식 공간에 대한 중요성이 증대되면서 푸드 스타일링(food styling)에 대한 관심이 고조되고 있다(김혜영 2004 ; 오경화 등 2004 ; 황지희 등 2002).

푸드 스타일링이란 음식의 맛을 시각적으로 최

대한 끌어내어 보는 사람들의 미각뿐 아니라 시각 등 오감 전체를 만족시키는 작업을 뜻한다. 좀더 맛있는 음식을 먹고자 하는 것에서 벗어나 시각적으로도 멋스럽게 즐기고 싶은 추세에 따라가는 개념이라고 할 수 있다(전지현 2005 ; 일본 푸드코디네이트협회 2002). 또한 푸드 스타일링은 음식을 느끼며 먹는 것 외에 풍요로운 식생활, 다양한 식 공간을 제안하는 과정까지도 의미한다.

푸드 스타일링의 효과가 고객의 기대와 요구에 부응하면 만족감을 증가시킬 수 있는데 배주는 (2005)의 연구에서도 메뉴별 푸드 스타일링의 정도에 따른 전체적인 만족도는 스타일링의 수준이 높아질수록 해당 메뉴에 대한 만족도가 높아지는 것으로 나타난 바 있다. 그러므로 푸드 스타일링의 효과를 인식하고 외식산업분야에서 적극 활용한다면 타 상품과의 차별화를 이루고 고객의 만족을 극대화시킴으로써 시장 경쟁력을 갖게 될 것이다.

지금까지 이루어진 푸드 스타일링에 관한 연구로는 푸드 스타일링의 기능을 잡지(Kang BK · Han JW 2004), 사진(전지현 2005), 파티플래닝(Kim SH 2005), 색채 이미지(김경미 2003), 색채 교육(유현석 2009) 등의 관점에서 각각 살펴본 것이 있으며 최원선(2005)은 식 공간에서의 푸드 코디네이트 실용성에 관하여, 또한 구희영(2010)과 염혜숙(2010)은 한식의 세계화와 관련하여 푸드 코디네이션의 발전방안에 대하여 연구하였다. 그리고 외식업체를 중심으로 한 푸드 스타일링 관련 연구로는 외식업체에서의 푸드 코디네이션에 대한 기대요인과 수준(안지원 2007), 케이터링의 음식연출과 공간연출의 중요도(남경현 2004), 급식소에서 푸드 코디네이션 작용 시 급식에 대한 기대 및 만족도 조사연구(구희영 2004), 외식사업자들의 푸드 코디에 대한 실용성 인지도(이영순 2005), 레스토랑의 푸드코디네이터 역할 중요도(문혜영 2004), 푸드 스타일링의 시각적 효과가 고객의 구매의사 및 가격 수용성에 미치는 영향(배주는 2005), 푸드코디네이터의 역할 및 직무관

련 연구(Park JS · Choi Sk 2008 ; Kang ES · Chun BG 2008), 급식산업에서 식 공간 연출과 푸드 코디네이션의 서비스 품질평가 및 만족에 관한 연구(김현진 2009), 일식 레스토랑에서 푸드 코디네이션이 고객만족도에 미치는 영향(최인선 2009) 등의 연구가 수행된 바 있다.

특급호텔 레스토랑은 세계의 음식 트렌드가 즉각 반영되고 질적으로 높은 수준의 음식이 조리되는 공간으로서 이곳에서 조리를 담당하는 조리사들의 푸드 스타일링 수행에 대한 연구는 필요하다고 사료되나 특급호텔 조리사들을 대상으로 푸드 스타일링 수행과 관련하여 이루어진 연구는 미흡한 실정이다.

그러므로 본 연구에서는 선행된 연구들을 바탕으로 특급호텔 조리사들의 푸드 스타일링에 대한 인지도와 푸드 스타일링 업무 수행 시의 만족도 현황을 조사하여 음식 표현과 관련한 조리업무 향상 방안을 모색하기 위한 기초자료로 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 푸드 스타일링의 개념

소득증대에 따른 국민들의 생활수준이 향상됨에 따라 식생활에서 음식의 맛, 위생, 영양 등 1차원적인 욕구 외에 감각적인 욕구까지도 충족하고자 하는 경향이 증가하게 되었다. 또한 사회구조가 변하면서 외식이 식생활 패턴의 중요한 형태로 자리 잡게 됨에 따라 레스토랑 역시 단순한 의미의 식사제공 공간에서 서비스와 분위기, 음식 맛 등이 조화를 이룬 총체적 가치의 상품을 판매하는 공간으로 인식의 변화를 가져왔다. 이에 맞추어 외식업계에서도 소비자의 욕구에 맞는 서비스 및 공간을 제공하는 것에 주안점을 두고 변화를 모색하고 있으며(안지원 2007 ; 문혜영 2004) 식 공간에 대한 중요성이 증대됨과 함께 푸드 스타일링에 대한 관심도 고조되고 있다.

푸드 스타일링이란 식품영양학적 지식을 바탕

으로 식품과 조리, 식 공간 연출까지 포함한 다양한 음식문화산업의 흐름을 주도하는 작업(Kim SH 2005)이며, 이러한 푸드 스타일링을 구성하는 3요소는 인간, 공간, 시간 등이다. 인간에 관해서는 누가, 무엇을, 누구와, 어디서, 무엇 때문에, 언제, 어떻게 먹을 것인가의 6W 1H적 요소의 고려를 의미하며, 공간은 작업의 기능성과 고객의 동선을 배려한 실내장식이나 분위기, 식탁 위의 연출 등을 말한다. 그리고 시간은 음식이나 식탁의 분위기를 시간 흐름에 따라 연출하는 테크닉을 의미한다. 이런 6W 1H적 요소 외에도 푸드 스타일링을 위해서는 사회전체가 공통으로 인식하는 테이블 세팅과 고객 개인의 특성에 대한 고려가 필요하다(Kang BK · Han JW 2004 ; 황지희 등 2002). 따라서 훌륭한 푸드 스타일링은 공간과 사람을 연결시켜 줄 수 있어야 하며 그러한 경우에만 진정한 식 공간으로서의 기능이 발휘될 수 있다(최인선 2009).

2. 푸드스타일리스트의 역할

푸드스타일리스트는 음식에 관련된 전반적인 일을 담당하는 사람을 의미하는데 우리나라에서는 푸드코디네이터라고도 한다(전지영 2005). 또한 전문적으로 세분화된 영역에 따라 요리연구가, 테이블 스타일리스트, 소믈리에, 파티 플래너 등과 같은 다양한 명칭으로도 불리며 식 공간 창출을 위해 총체적으로 활동하는 사람들을 말한다(황지희 등 2002).

푸드스타일리스트는 직접 조리를 하기도 하며 음식을 담은 그릇과 소품을 준비하는 역할까지 맡는다. 그러므로 푸드스타일리스트는 쾌적한 식 환경을 창조하는 식 문화의 연출자이고, 식과 인간과 자연을 번성하게 하는 실천자이며, 그것을 직업으로 하는 전문가라고 할 수 있다(구희영 2010, 염혜숙 2010). 그러므로 푸드스타일리스트는 각 나라의 요리에 관한 역사 및 식문화에 대한 전반적인 지식, 식품재료와 영양, 조리에 대한 지식과 기술, 메뉴계획 및 마케팅 상품개발을 위한

푸드 매니지먼트 지식, 식기와 디스플레이를 위한 디자인 감각과 색채 지식, 테이블 및 서비스 매너 등에 대한 지식을 갖추어야 한다(오경화 등 2004).

오늘날 외식산업에서 고객들은 다양한 개성을 가지고 있으며 음식 및 식 공간에 대한 기대와 욕구가 점차 복잡해지고 있으므로(최원선 2006) 고객의 성향과 트렌드를 파악하여 이에 대한 만족도를 높이는 노력이 절실히 요구된다. 각 외식업체에 따라 푸드스타일리스트가 고용되어 작업을 수행하는 곳도 있지만 대부분의 경우 조리사가 푸드스타일리스트의 역할을 수행하게 되므로 조리사들의 푸드 스타일링 작업과 관련하여 전반적인 환경을 조사하고 이를 바탕으로 역할향상을 위한 방법을 모색하는 것은 매우 중요하다고 사료된다.

Ⅲ. 연구내용 및 방법

1. 조사도구와 조사대상

본 연구에서는 푸드 스타일링(food styling)의 의미를 조사대상자들에게 인지시킨 후 조사를 수행하였다. 본 연구는 설문지법을 이용하였으며 사용된 설문지의 내용은 선행 연구(배주은 2005 ; 이영순 2005)를 참고로 하여 본 논문의 연구 목적에 부합되는 설문문항을 도출하였다. 문항은 조사대상자의 성별, 연령 등 일반적 특성 관련 7 문항, 푸드 스타일링 교육수행 및 인지 관련 11 문항, 푸드 스타일링 만족도 관련 5문항 등 총 23문항으로 구성하였다. 질문 형식 중에서 Likert 5점 척도는 ‘매우~않다’를 1로 하고 ‘매우~하다’를 5로 하여 평균 및 표준편차로 나타내었다.

조사대상은 수도권에 있는 특급호텔 조리사들로서 10곳의 호텔에 근무하고 있는 조리사들에게 2009년 4월에서 5월까지 총 400부의 설문지를 배부하고 회수된 387부 중 부실 기재된 것을 제외한 375부(93.8%)를 최종 분석자료로 사용하였다.

2. 조사자료의 분석방법

수집된 자료는 SPSS(version 14.0) 통계프로그램을 이용하여 조사대상자의 일반적 특성 및 교육수행 현황은 빈도분석, 교차분석을 하였고, 푸드 스타일링 인지는 기술통계분석, 분산분석을 하였으며 만족도와 관련된 문항은 빈도분석, 기술통계분석 외 요인분석, 상관분석, 회귀분석 등으로 통계처리를 하였다.

1. 조사대상자의 일반적 특성

특급호텔 조리사들의 푸드 스타일링에 대한 인지 및 푸드 스타일링 업무 수행 시 만족도를 알고자 설문조사를 수행하였으며 이에 응답한 조사대상자의 일반적인 특성은 <Table 1>과 같았다.

성별 분포를 보면 전체 375명 중 남성이 306명(81.6%), 여성이 69명(18.4%)으로 조리사로 근무하고 있는 조사대상자의 남성 비율이 훨씬 더 많았다. 연령의 구성을 살펴보면 20~29세 39.5%, 30~39세 35.2%, 그리고 40세 이상은 25.3%의 비

IV. 결과 및 고찰

<Table 1> General characteristics of the subjects

Variation	Items	N(%)
Gender	Male	306(81.6)
	Female	69(18.4)
Age (years)	20-29	148(39.5)
	30-39	132(35.2)
	≥40	95(25.3)
Experience (year)	<5	109(29.1)
	5-10	101(26.9)
	11-15	69(18.4)
	16-20	64(17.1)
	≥20	32(8.5)
Position	Cook	235(62.7)
	Section chef	90(24.0)
	Chef	44(11.7)
	Sous chef	6(1.6)
Education	High school	55(14.7)
	College	197(52.5)
	University	98(26.1)
	Graduate school	25(6.7)
Restaurant they work for	Korean	38(10.1)
	Western	186(49.6)
	Japanese	30(8.0)
	Chinese	14(3.7)
	Buffet & Banquet	58(15.5)
	Others	49(13.1)
Whether the major matches	Yes	306(81.6)
	No	69(18.4)
Total		375(100.0)

율로 조사되었다. 조리경력에서는 5년 미만 29.1%, 5~10년 26.9%, 11~15년 18.4%, 16~20년 17.1% 그리고 20년 이상이 8.5%로 조리경력이 많을수록 상대적으로 낮은 비율을 나타내었다. 이는 직급에서도 같은 경향으로 가장 낮은 직급인 일반 조리사의 비율이 62.8%로 가장 많았으며 다음은 파트장이 23.9%이었다.

최종학력에서는 2~3년제 대학 출신의 비율이 52.5%로 가장 많았으며 대학 및 대학원 이상의 비율도 32.8%로 조사되었다. 근무하고 있는 업장의 분포를 보면 양식파트가 49.6%로 가장 많았고 다음은 뷔페 및 연회 15.5%, 기타 13.1%, 한식 10.1%, 일식 8.9%, 중식 3.7%의 순으로 나타났다. 그리고 업무와 학력에 있어 전공과의 일치여부에서는 전공과 일치하는 비율이 81.6%로 일치하지 않는 비율 18.4%보다 훨씬 높아 조리업무에서의 전문성을 잘 반영해 주고 있었다.

2. 조리업무 수행 시 중요도

음식의 맛, 푸드 스타일링, 가격, 기호 만족도 및 위생 등 조리업무 수행과 관련하여 특급호텔 조리사들이 가장 중요하다고 생각하는 것을 1순위로 해서 3순위까지 나타내도록 하였다. 그 결과 <Table 2>와 같이 1순위에서 '음식 맛'을 57.7%로 가장 중요하게 인식하고 있었으며 다음은 '위생(25.9%)' 부문이었다. 그리고 2순위에서는 '음식 맛(30.7%)', '푸드 스타일링(27.2%)', 3순위에서는 '푸드 스타일링(34.0%)', '기호 만족도(24.3%)'의 순으로 나타나 푸드 스타일링은 음식

의 맛, 위생에 이어 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다.

안지원(2007)의 연구에서도 고객의 레스토랑 방문 시 기대하는 5가지 내부요인 중 '음식 맛과 양'에 대한 기대수준은 5점 만점 중 4.72로 가장 높으며 레스토랑의 '위생상태'가 4.55로 다음을 차지한다고 보고한 바 있어 '음식 맛과 위생'의 중요성에 조리사와 고객의 인식이 일치함을 알 수 있었다. 이영순(2005)의 연구에서는 외식사업자를 대상으로 레스토랑 푸드 코디네이션 필요성에 대하여 조사하였는데 평균 3.95의 수준을 보여 '필요하다'는 의견이 더 많다고 하였다. 그리고 문혜영(2004)의 연구에서는 푸드코디네이터의 필요성에 레스토랑 종사자들은 58.1% 수준으로 긍정적인 반응을 보였으며, 푸드코디네이터의 역할 중요성에 대해서는 53.7% 수준으로 중요하다고 인식하는 것으로 보고하였다. 이와 같은 결과로 미루어 볼 때 음식을 직접 만드는 조리사들과 고객, 운영하는 사업자 모두 음식 본연의 중요한 요소인 맛과 더불어 표현에도 많은 관심을 가지고 있는 것으로 보여 조리사들의 푸드 스타일링 지식 향상을 위한 교육이 요구될 것으로 사료된다.

3. 푸드 스타일링 교육현황

특급호텔에서 조리사들을 대상으로 한 푸드 스타일링 관련 교육이 실시되고 있는지 조사하였다 (Table 3). 이에 대하여 35.5%는 '있다'고 하였고 64.5%는 '없다'고 응답하여 호텔 자체 교육이 이루어지지 않는 곳이 약 2배 정도 더 많은 것으로

<Table 2> Most important item while cooking

Items	Ranking N(%)		
	1st	2nd	3rd
Taste	214(57.7)	114(30.7)	23(6.2)
Food styling	22(5.9)	101(27.2)	126(34.0)
Price	20(5.4)	52(14.0)	75(20.2)
Satisfaction	19(5.1)	28(7.5)	90(24.3)
Sanitation	96(25.9)	76(20.5)	57(15.4)

나타났다. 그리고 푸드 스타일링과 관련한 정보는 ‘잡지 등 매체에서 얻는다’고 한 비율이 54.9%로 가장 많았으며 다음은 ‘호텔 외부에서의 개인적인 교육에 의해서’라고 한 비율이 17.1%를 차지하였다. 이외에 ‘업장 내 다른 조리사를 통해서’ 11.5%, ‘호텔 내부의 교육자료’ 10.4%, ‘스스로 터득’ 6.1% 등의 분포를 나타내었다.

한편 푸드 스타일링에 대한 개인적인 학습 경험여부에서는 <Table 4>와 같이 ‘있다’ 49.6%, ‘없다’ 50.4%로 비슷하였다. 그리고 개인적으로 학습한 이유에서는 ‘개인적인 발전과 관심’이라고 응답한 비율이 74.7%로 나타나 푸드 스타일링에 대한 조리사들의 큰 관심과 자기발전을 위한 적극적인 활동이 수행됨을 알 수 있었다.

또한 일반적 특성에 따른 푸드 스타일링의 개인적인 학습 이유에 대하여 차이검증을 하였다. 그 결과 <Table 5>와 같이 연령과 조리경력에서 $p < 0.05$ 의 유의적인 차이를 나타내었는데 연령에서 보면 ‘개인적인 발전과 관심’에서는 20~29세,

‘회사의 요구’와 ‘음식의 고급 이미지 표현’은 30~39세에서 다른 그룹과 차이를 보였다. 그리고 조리경력에서 보면 ‘개인적인 발전과 관심’에서는 5년 미만, ‘회사의 요구’와 ‘음식의 고급 이미지 표현’은 5~10년 그룹에서 다른 그룹과 차이를 보였다. 이상의 결과에서 미루어 볼 때 연령이 낮고 조리경력이 적을수록 자신의 발전을 위해 푸드 스타일링에 대한 개인적인 공부를 수행하고 있다고 보여지며 이를 발전적으로 이끌어내기 위해서는 호텔 자체교육의 활성화, 교육비 지원 등의 뒷받침이 필요하다고 사료된다.

4. 푸드 스타일링에 대한인지

특급호텔 조리사들이 음식문화 트렌드와 푸드 스타일링 원리 등에 대해 잘 인지하고 있는지 알아보고자 5점 척도로 알아보았다. 그 결과 <Table 6>과 같이 먼저 음식문화 트렌드에 대한 평균 인지도는 3.35 ± 0.83 이었으며, ‘보통으로 인지하고 있다’는 응답이 45.5%로 가장 높았고 다음은 ‘잘 인

<Table 3> Status of education on food styling

Variation	Items	N(%)
Education program in hotel	Yes	133(35.5)
	No	242(64.5)
Information source about food styling	Hotel's education material	39(10.4)
	Education program outside the hotel	64(17.1)
	Other cooks in the hotel	43(11.5)
	Media	206(54.9)
	Self-study	23(6.1)
Total		375(100.0)

<Table 4> Reason for studying food styling

Studying	Reasons	N(%)	Total
Yes	Personal development	139(74.7)	186(49.6)
	Request from the hotel	9(4.8)	
	To express a high quality image of food	27(14.5)	
	Others	11(5.9)	
No			189(50.4)
Total			375(100.0)

지하고 있다'는 응답이 31.8%이었다. 이같이 '보통에서부터 매우 잘 인지하고 있다'는 경향까지 합하면 86.1%이고 반면 '전혀 내지는 거의 인지하지 못하고 있다'는 응답은 13.9%에 불과하여 조리사들이 현장의 음식문화 트렌드에 민감하게

대처하고 있다고 사료된다.

그리고 푸드 스타일링 원리에 대해서는 평균 3.41±.84의 인지도를 보였는데 '보통으로 인지하고 있다'는 응답이 43.4%로 가장 높았고 다음은 '잘 인지하고 있다'는 응답이 34.9%로 나타났다.

<Table 5> Reason for studying food styling based on the general characteristics

Variation	Items	Reason for studying food styling N(%)				χ^2
		Personal development	Request from the hotel	To express a high quality image of food	Others	
Age (years)	20-29	64(75.9)	4(4.8)	12(14.5)	4(4.8)	13.462**
	30-39	36(52.9)	11(16.2)	14(20.6)	7(10.3)	
	≥40	39(73.6)	2(3.8)	9(17.0)	3(5.7)	
Experience (years)	<5	53(80.0)	4(6.2)	5(7.7)	4(6.2)	24.774**
	5-10	25(52.1)	9(18.8)	13(27.1)	1(2.1)	
	11-15	23(60.5)	2(5.3)	8(21.1)	5(13.2)	
	16-20	27(78.8)	1(3.0)	4(12.1)	2(6.1)	
Position	≥20	11(57.9)	1(5.3)	5(26.3)	2(10.5)	NS
	Cook	92(73.0)	10(7.9)	16(12.7)	8(6.3)	
	Section chef	28(57.1)	6(12.2)	10(20.4)	5(10.2)	
	Chef	19(63.0)	1(3.7)	8(29.6)	1(3.7)	
Education	High school	14(50.0)	4(14.3)	8(28.6)	2(7.1)	NS
	College	75(75.0)	8(8.0)	13(13.0)	4(4.0)	
	University	40(64.5)	5(8.1)	10(16.1)	7(11.3)	
	Graduate school	10(66.7)	0(0)	4(26.7)	1(6.7)	
Restaurant they work for	Korean	15(62.5)	1(4.2)	5(20.8)	3(12.5)	NS
	Western	64(69.6)	5(5.4)	18(19.6)	5(5.4)	
	Japanese	11(57.9)	3(15.8)	3(15.8)	2(10.5)	
	Chinese	6(60.0)	3(30.0)	1(10.0)	0(0)	
	Buffet & Banquet	22(75.9)	3(10.3)	4(13.8)	0(0)	
Others	21(67.7)	2(6.5)	4(12.9)	4(12.9)		

** p<0.05, NS : Not Significant

<Table 6> Recognition of food trends and the principles of food styling

Variation	Scale of recognition N(%)					Mean±SD ¹⁾
	Not at all	A little bit	Moderate	Pretty aware	Very aware	
Food trend	1(.3)	51(13.6)	170(45.5)	119(31.8)	33(8.8)	3.35±.83
Principles of food styling	2(.5)	44(11.8)	162(43.4)	130(34.9)	35(9.4)	3.41±.84

¹⁾ Mean±SD, The scores were based on the mean scores measured on a Likert scale from 1 to 5

‘보통에서부터 매우 잘 인지하고 있다’는 경향까지 합하면 87.7%이고 반면 ‘전혀 내지는 거의 인지하지 못하고 있다’는 응답은 12.3%에 불과하여 음식문화 트렌드 변화에 대한 인지보다 더 잘 인지하고 있으며 또 중요하게 생각하고 있는 것으로 나타났다. 이것은 평균 척도로 나타낸 결과에서 푸드 스타일링 원리의 인지도는 3.41±.84인 반면 음식문화 트렌드에 대한 인지도는 3.35±.83로 차이가 있는 것에서도 알 수 있었다.

이러한 결과는 푸드 스타일링에 대해서 ‘개인적으로 학습하고 있다’는 응답이 50%에 달한 것과 같은 맥락이라고 보여지며 앞으로 외식산업 환경의 변화에 맞추어 조리사들이 지속적으로 새로운 변화와 시도를 해 나갈 것으로 사료된다. 안지원(2007)은 외식업체 이용고객인 소비자들의 푸드 코디네이션에 대한 인지도를 조사하였는데 푸드 코디네이션에 대한 인지도는 5점 만점 중 2.22로 높지 않다고 하였다. 그러나 레스토랑에서 식 공간 관련 푸드 코디네이션의 필요성(3.74)은 대부분 높게 인식하고 있으며, 그에 따른 가격수용에 관해서는 3.02로 70% 이상의 응답자가 긍정적으로 생각한다고 하였다. 또한 푸드 코디네이션의 시각적 효과와 재방문과의 연관성에서는 3.71로 고객은 시각적 효과에 대한 기대가 충족되었을 때는 재방문에 대한 의향이 있는 것으로 보인다고 밝힌 바 있다. 또한 문혜영(2004)은 레스토랑 종사자들이 푸드코디네이터의 필요성은 58.1%, 중요성은 53.7% 정도로 인식한다고 하였고, 엄혜숙(2010)은 한식 세계화에서 푸드코디네

이터의 역할이 4.02 수준으로 중요하다고 하였으며, 이영순(2005)은 외식사업자들이 평균 3.95의 수준으로 푸드 코디네이션이 필요하다고 응답하였다고 보고하였다.

한편 푸드 스타일링이 외식업 전반에 미치는 영향에 대한 의견(Table 7)에서는 ‘매출에 미치는 영향이 크다’는 응답이 3.57±.95로 가장 많았으며 다음은 ‘호텔의 이미지(3.54±.98)’라고 응답하였다. 그리고 일반적 특성과 푸드 스타일링 인지도와의 차이검증에서는 <Table 8>과 같이 음식문화 트렌드 인지에서는 연령(p<0.01), 조리경력(p<0.05), 직급(p<0.01), 최종학력(p<0.01)에서 유의적인 차이가 있었고 푸드 스타일링 원리 인지에서는 연령(p<0.01), 조리경력(p<0.05), 직급(p<0.01)에서 유의적인 차이를 보였다. 즉 연령과 조리경력이 많고, 직급과 학력이 높을수록 두 항목에서 모두 높은 인지정도를 나타내었다.

5. 푸드 스타일링 수행에 대한 만족도

푸드 스타일링 수행에 대한 특급호텔 조리사들의 만족도는 <Table 9>와 같이 나타났다. 전체적인 만족도를 보면 ‘보통이다’가 48.4%로 가장 많았고 다음은 ‘약간 만족한다’가 22.0%를 나타내었다. 그리고 ‘만족 및 매우 만족 한다’는 응답은 22.9%에 불과하고 전체적인 만족도의 평균 척도에서도 2.90±.89를 나타내 조리사들의 푸드 스타일링 수행에 따른 만족도가 대체로 낮은 것을 알 수 있었다. 그리고 음식 모양, 색, 배열, 식기, 가니쉬, 전문지식, 창의력, 실용성, 조리기술, 부가

<Table 7> Effect of food styling on the restaurant business

Items	Scale of opinion N(%)					Mean±SD ¹⁾
	Not at all	A little bit	Moderate	Pretty strong	Very strong	
Hotel image	10(2.7)	48(12.9)	98(26.3)	164(44.1)	52(14.0)	3.54±.98
Satisfaction	12(3.2)	45(12.1)	110(29.6)	151(40.7)	53(14.3)	3.51±.99
Price	10(2.7)	42(11.3)	129(34.7)	139(37.4)	52(14.0)	3.49±.96
Sales	11(3.0)	36(9.7)	108(29.1)	164(44.2)	52(14.0)	3.57±.95

¹⁾ Mean±SD, The scores were based on the mean scores measured on a Likert scale from 1 to 5

지원 및 예산지원 등 11개 항목에 대한 만족도 조사에서는 배열(3.38±.77), 색(3.33±.77) 및 가니쉬(3.30±.86) 등에 대한 만족도가 다소 높았고, 반면 예산지원(2.89±.99), 창의력(2.98±.82), 전문지식(2.99±.85) 및 부가지원(2.99±.88) 등에 대한 만족

도는 낮았다. 염혜숙(2010)의 푸드 스타일링 기본 요소 중요도 조사에서는 음식 색 4.06±.71, 가니쉬 4.06±.68, 음식과 그릇의 조화 4.17±.62, 및 배열 4.33±.62의 순으로 나타났다고 보고한 바 있다.

<Table 8> Recognition of food styling based on the general characteristics

Variation	Items	Recognition of food styling	
		Recognition of food trend	Recognition of the principles of food styling
Age (years)	20-29	3.18±.78 ^{1) a}	3.25±.83 ^a
	30-39	3.40±.84 ^b	3.41±.82 ^a
	≥40	3.56±.85 ^b	3.65±.80 ^b
	F-value	6.757***	6.581***
Experience (years)	<5	3.19±.82 ^a	3.24±.85 ^a
	5-10	3.28±.77 ^{ab}	3.32±.76 ^{ab}
	11-15	3.56±.85 ^b	3.63±.83 ^b
	16-20	3.51±.88 ^b	3.51±.86 ^{ab}
	≥20	3.41±.84 ^a	3.58±.85 ^b
F-value	2.965**	3.220**	
Position	Cook	3.19±.80 ^a	3.27±.80 ^a
	Section chef	3.61±.81 ^b	3.61±.81 ^b
	Chef	3.68±.83 ^b	3.72±.93 ^b
	F-value	12.786***	9.045***
Education	High school	3.07±.84 ^a	3.33±.96
	College	3.30±.82 ^{ab}	3.37±.78
	University	3.50±.79 ^{bc}	3.44±.84
	Graduate school	3.80±.87 ^c	3.76±.88
	F-value	5.963***	NS
Restaurant they work for	Korean	3.54±.90	3.51±1.04
	Western	3.37±.83	3.38±.78
	Japanese	3.23±.86	3.40±.81
	Chinese	3.64±.63	3.43±.76
	Buffet & Banquet	3.24±.92	3.34±.93
	Others	3.27±.71	3.52±.83
F-value	NS	NS	

¹⁾ Mean±SD, The scores were based on the mean scores measured on a Likert scale from 1 to 5

*** p<0.01, ** p<0.05, NS : Not Significant

^{a-c} Mean followed by different letters are significantly different by Duncan's multiple range test

한편 현재 수행되고 있는 푸드 스타일링에 대한 만족도를 음식 모양의 조화, 음식 색의 조화, 음식 배열의 조화, 음식과 식기의 조화, 가니쉬의 종류와 모양, 전문지식 부족, 창의력 부족, 창의 및 실용의 부족화, 조리기술 부족, 식기 등 부가 지원, 예산 지원 등의 11개 항목별로 조사하였다. 11개의 항목에 대하여 상관관계가 높은 변수들끼리 요약하고 동질적인 영역 별로 분류하기 위하

여 주성분 분석방법을 이용한 요인분석을 시행하였다. 분석에는 Kaiser's varimax 회전 방법을 이용하였으며, 분석 결과 3개 요인의 고유값(eigen value)이 1이상으로 나타났다.

<Table 10>은 이와 같이 시행한 요인분석 결과로서 요인 1에는 음식 모양의 조화, 음식 색의 조화, 음식 배열의 조화, 음식과 식기의 조화, 가니쉬의 종류와 모양 등이 포함되었으며, 이를 음식

<Table 9> Relationship between food styling and satisfaction

Items	Scale of satisfaction N(%)					Mean±SD ¹⁾
	Not at all	A little bit	Moderate	Satisfied	Very satisfied	
Overall satisfaction	25(6.7)	82(22.0)	180(48.4)	75(20.2)	10(2.7)	2.90±.89
Shape	3(.8)	47(12.8)	194(52.9)	109(29.7)	14(3.8)	3.23±.75
Color	3(.8)	45(12.2)	160(43.5)	147(39.9)	13(3.5)	3.33±.77
Arrangement	4(1.1)	35(9.6)	164(44.9)	144(39.5)	18(4.9)	3.38±.77
Dish	13(3.6)	68(18.6)	155(42.3)	112(30.6)	18(4.9)	3.15±.90
Garnish	10(2.7)	46(12.5)	158(43.1)	131(35.7)	22(6.0)	3.30±.86
Professional knowledge	13(3.6)	83(22.9)	172(47.4)	84(23.1)	11(3.0)	2.99±.85
Creativity	9(2.4)	92(25.0)	172(46.7)	88(23.9)	7(1.9)	2.98±.82
Utility	9(2.5)	69(18.8)	172(46.9)	106(28.9)	11(3.0)	3.11±.83
Cooking skills	9(2.4)	57(15.5)	176(47.8)	109(29.6)	17(4.6)	3.18±.84
Support in tableware	19(5.2)	73(20.1)	178(48.9)	82(22.5)	12(3.3)	2.99±.88
Financial support	35(9.5)	81(22.1)	153(41.7)	84(22.9)	14(3.8)	2.89±.99

¹⁾ Mean±SD, The scores were based on the mean scores measured on a Likert scale from 1 to 5

<Table 10> Analysis of satisfaction factors according to the categories

Factor	Variable	Factor loading	Eigen value	% variance	Cronbach's α
Factor I Food	Food shape	.781	4.569	41.534	.789
	Food color	.762			
	Food arrangement	.661			
	Harmony of food and dish	.618			
	Garnish	.597			
Factor II Difficulties	Lack of professional knowledge	.748	1.388	54.154	.786
	Lack of creativity	.770			
	Lack of utility	.723			
	Lack of cooking skills	.669			
Factor III Support	Support in tableware	.805	1.142	64.535	.809
	Financial support	.844			

이라고 명명하였고 고유치는 4.569이었다. 요인 2에는 전문지식 부족, 창의력 부족, 창의 및 실용의 부조화, 조리기술 부족 등이 포함되었으며, 이를 어려운 점이라고 명명하였고 고유치는 1.388이었다. 또한 요인 3에는 식기 등 부가지원, 예산 지원 등이 포함되었으며, 이를 지원이라고 명명하였고 고유치는 1.142이었다. 이와 같이 얻어진 3개 요인을 통하여 현재 수행되는 푸드 스타일링에 대한 항목별 만족도가 64.535%(누적분산) 설명됨을 알 수 있었다.

그리고 각 요인의 신뢰성을 측정하고자 하였는데 신뢰성이란 동일한 개념에 대하여 반복적으로 측정하였을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미한다. 본 연구에서는 가장 많이 사용되고 있는 신뢰도 계수인 크론바하 알파(Cronbach's α)를 이용하여 각 요인의 내적일관성을 알아보기 위한 신뢰도를 분석하였다. 그 결과 요인 1의 경우 .789, 요인 2의 경우 .786, 요인3의 경우 .809로 나타났다. 일반적으로 신뢰도 계수인 크론바하 α 값이 0.6 이상이면 내적일관성이 높아 신뢰할 수 있음을 나타내는데 본 연구에서는 3가지 요인 모두에서 높은 신뢰도를 보여 주었다.

<Table 11>은 위에서 구한 3가지 요인이 서로 상관관계가 있는지를 알아보기 위한 상관분석 결

과로서 음식에 대한 만족도와 어려운 점에 대한 만족도 사이의 상관계수가 .509로 비교적 높았으며, 어려운 점에 대한 만족도와 지원에 대한 만족도 사이에는 상관계수가 .505로 나타났다. 또한 음식에 대한 만족도와 지원에 대한 만족도 사이의 상관계수는 .429이었다. 이 때 전반적인 만족도와 만족도 요인 간의 상관계수는 .337~.260 범위로 만족도 요인 간의 상관관계에 비해 비교적 낮은 양의 상관관계가 있음을 알 수 있었다.

이를 바탕으로 3가지 요인으로 묶인 항목별 만족도가 현재 수행되는 푸드 스타일링에 대한 전반적인 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였는데 <Table 12>와 같이 요인 1인 음식에 대한 만족도가 1점 상승하면 현재 수행되는 푸드 스타일링에 대한 전반적인 만족도는 .426점 상승하며, 요인 2인 어려운 점에 대한 만족도가 1점 상승하면 현재 수행되는 푸드 스타일링에 대한 전반적인 만족도는 .151점 높아짐을 알 수 있었다. 그러나 요인 3의 지원에 대한 만족도는 현재 수행되는 푸드 스타일링에 대한 전반적인 만족도에 의미있는 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이를 통해 현재 수행되는 푸드 스타일링에 대한 전반적인 만족도를 높이는 것은 음식에 대한 만족도와 어려운 점에 대한 만족도

<Table 11> Analysis of correlation between the satisfaction factors

	Overall satisfaction	Food	Difficulties	Support
Overall satisfaction	1			
Food	.377	1		
Difficulties	.302	.509	1	
Support	.260	.429	.505	1

<Table 12> Effect of the satisfaction factors on overall satisfaction

Independent variable	Regression coefficient	R ²	F value
Intercept	.768***	.167	23.277***
Food	.426***		
Difficulties	.151*		
Support	.089		

*** p<0.01, * p<0.1

이며, 지원에 대한 만족도는 현재 수행되는 푸드 스타일링에 대한 전반적인 만족도에 유의미한 영향력을 미치지 않음을 알 수 있었다.

V. 요약 및 결론

본 연구에서는 특급호텔 조리사들을 대상으로 푸드 스타일링에 대한 인지 및 만족도를 조사하였다. 조리업무 수행 시 조리사들이 가장 중요하게 생각하는 것은 ‘음식 맛’(57.7%)이었으며 다음은 ‘위생(25.9%)’이었다. 호텔 자체의 푸드 스타일링 교육실시에서는 35.5%만 ‘있다’고 하였고 푸드 스타일링과 관련한 정보는 ‘잡지 등 정보매체에서 주로 얻는다’고 한 비율이 54.9%로 가장 많았다. 또한 푸드 스타일링에 대한 개인적인 학습은 49.6%가 한다고 하였으며 그 이유는 ‘개인적인 발전과 관심’(74.7%)이라고 응답하였다. 일반적 특성에 따른 푸드 스타일링에 대한 개인적인 학습 이유에서는 연령과 조리경력에서 $p < 0.05$ 의 유의적인 차이를 나타내었는데 연령에서 보면 개인적인 발전과 관심에서는 20~29세, 회사의 요구와 음식의 고급 이미지 표현은 30~39세에서 다른 그룹과 차이를 보였다.

음식문화 트렌드에 대한 인지도는 평균 3.35 ± 0.83 이었고, 푸드 스타일링 원리에 대한 인지도는 평균 3.41 ± 0.84 이었다. 그리고 일반적 특성에 따른 음식문화 트렌드 인지에서는 연령($p < 0.01$), 조리경력($p < 0.05$), 직급($p < 0.01$), 최종학력($p < 0.01$) 등에서 유의적인 차이가 있었고 푸드 스타일링 원리 인지에서는 연령($p < 0.01$), 조리경력($p < 0.05$), 직급($p < 0.01$) 등에서 유의적인 차이를 보였다. 즉 연령과 조리경력이 많고, 직급과 학력이 높을수록 두 항목에서 모두 높은 인지정도를 나타내었다.

음식, 어려운 점, 지원 등 3가지 요인의 항목별 만족도가 현재 수행되고 있는 푸드 스타일링에 대한 전반적인 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 한 결과 푸드 스타일링에 대한 전반적인 만족도를 높이는 것은 음식에 대한 만

족도와 어려운 점에 대한 만족도이며, 지원에 대한 만족도는 현재 수행되는 푸드 스타일링에 대한 전반적인 만족도에 유의미한 영향력을 미치지 않음을 알 수 있었다.

이상의 연구결과 특급호텔 조리사들은 푸드 스타일링을 매우 중요하게 인식하고 있으며 푸드 스타일링의 만족도를 높이기 위한 교육의 필요성에 대해 인지한다는 것을 알 수 있었다. 또한 업무 향상을 위해 개인적으로 노력하고 있는 것으로 조사되어 앞으로 더 독창적이고 풍부한 푸드 스타일링이 이루어질 것으로 기대되었다.

한글 초록

특급호텔 조리사의 푸드 스타일링 인지 및 만족도에 관하여 연구하였다. 조리사들은 조리 시 ‘음식의 맛(57.7%)’을 가장 중요하게 생각했으며 다음은 ‘위생(25.9%)’이었다. 호텔 자체 푸드 스타일링 교육은 35.5%만 수행되고 있었으며 푸드 스타일링 관련 정보는 ‘잡지 등 정보매체에서 주로 얻는다’고 한 비율이 54.9%로 가장 많았다. 또한 푸드 스타일링에 관하여 조리사들은 ‘개인적인 발전과 관심(74.7%)’에서 ‘개인적으로 학습한다(49.6%)’는 비율이 가장 높았다. 음식문화 트렌드에 대한 인지도는 평균 3.35 ± 0.83 이었고, 푸드 스타일링 원리에 대한 인지도는 평균 3.41 ± 0.84 이었으며, 일반적 특성에 따른 푸드 스타일링 원리 인지는 연령($p < 0.01$), 조리경력($p < 0.05$), 직급($p < 0.01$) 등에서 유의적인 차이를 보였다. 또한 조리사의 푸드 스타일링에 대한 전반적인 만족도는 2.90 ± 0.89 로 낮은 경향을 보였으며, 일반적 특성에 따른 푸드 스타일링 만족도는 직급($p < 0.1$) 및 교육($p < 0.1$)에 따라 유의적인 차이가 있어 직급과 교육이 높을수록 조리사의 푸드 스타일링에 대한 만족도는 더 높은 것으로 나타났다.

참고문헌

- 김경미 (2003). 푸드 스타일링의 색채 이미지에 관한 연구. 경기대학교, 3-31, 서울
- 김혜영 (2004). 푸드 코디네이션 개론. 도서출판 효일, 10-27, 서울
- 구희영 (2004). 급식소에서 푸드 코디네이션 작용 시 급식에 대한 기대 및 만족도 조사연구. 성신여자대학교, 16-51, 서울
- 구희영 (2010). 한식의 세계화를 위한 시각적 접근에 관한 연구(푸드 코디네이션 및 서비스 품질을 중심으로). 성신여자대학교, 1-37, 서울
- 김현진 (2009). 급식산업에서 식 공간 연출과 푸드 코디네이션 서비스 품질평가 및 만족에 관한 연구. 성신여자대학교, 1-50, 서울
- 남경현 (2004). 케이터링의 음식연출과 공간연출의 중요도. 경기대학교, 40-48, 서울
- 문혜영 (2004). 레스토랑의 푸드코디네이터 역할 중요도에 관한 연구. 경기대학교, 1-54, 서울
- 박춘란, 민진영 (2006). 식 공간 연출. 백산, 10-11, 서울
- 배주은 (2005). 푸드 스타일링의 시각적 효과가 고객의 구매의사 및 가격수용성에 미치는 영향. 세종대학교, 45-76, 서울
- 안지원 (2007). 외식업체에서의 푸드 코디네이션에 대한 기대요인과 수준에 관한 연구. 성신여자대학교, 38-54, 서울
- 엄혜숙 (2010). 한식 세계화를 위한 푸드 코디네이션 발전방안. 숙명여자대학교, 34-38, 서울
- 오경화, 류무희, 김광오, 김지영, 장혜진, 황지희, 이유주 (2004). 테이블코디네이터. 교문사, 15-45, 서울
- 유현석 (2009). 푸드 코디네이션 전공분야의 색채 교육 개선방안에 관한 연구. 경기대학교, 1-16, 서울
- 이영순 (2005). 외식사업자들의 푸드코디에 대한 실용성 인지도 연구. 경기대학교, 1-45, 서울
- 일본 푸드코디네이터협회 (2002). Food coordination. 平凡社, 281-290, 일본
- 전지영 (2005). 음식사진에 표현된 food styling의 조형성 연구. 홍익대학교, 6-29, 서울
- 최원선 (2006). 식 공간에서의 푸드코디네이트 실용성 연구. 경기대학교, 34-45, 서울
- 최인선 (2009). 일식레스토랑에서 푸드 코디네이션이 고객 만족도에 미치는 영향. 경기대학교, 1-12, 서울
- 황지희, 유태용, 나영아 (2002). 푸드 코디네이트 학. 도서출판 효일, 12-87, 서울
- Kang BK, Han JW (2004). The role of the stylist and styling in the magazines. *J Korean Society Floral Art & Design* 11:25-43.
- Kang ES, Chun BG (2008). A comparative study on the job requirements and curricula for food coordinators and food stylists. *Korean J culinary Research* 14(4):317-328.
- Kim SH (2005). Exploratory study on party planning for food styling. *J Hotel & Resort* 4(1):189-202.
- Park JS, Choi SK (2008). A study on the expectation factor of female customers about the role of a food coordinator. *Korean J culinary Research* 14(4):244-256.

2011년 3월 10일 접수

2011년 4월 5일 1차 논문수정

2011년 4월 25일 2차 논문수정

2011년 5월 3일 3차 논문수정

2011년 6월 2일 게재확정